



SIARAN PERS

UNTUK DISIARKAN SEGERA

Citi Indonesia Optimis Peluang Pertumbuhan Tahun 2016

- *Per 30 September 2015 dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu, Citi Indonesia memiliki total aset sebesar IDR82,9T atau meningkat 18,9%. Pinjaman bersih mencapai IDR41,3T atau naik 6,7%, sementara Dana Pihak Ketiga naik 20% menjadi IDR56,2T. Rasio CAR sebesar 25,38% atau meningkat 0,25%. Non-Performing Loan (NPL) net berhasil turun 0,7% menjadi 0,4%.*
- *Tiga tren besar dunia yang membentuk strategi bisnis Citi: globalisasi, urbanisasi dan digitalisasi. Citi Indonesia perkuat posisinya di digital banking dengan berfokus pada inovasi solusi digital banking yang berlandaskan pada 3 pilar, yaitu Customer Centric, Globally Common, dan Digitally Connected.*
- *Beberapa penghargaan yang diraih tahun ini: Best Bank, Best Foreign Bank, Best Consumer Digital Bank, Best Bank in Digital Service, Best Wealth Management Bank, Best Corporate & Investment Bank, dan Best Loan House.*

Jakarta, 8 Desember 2015 – Menutup tahun 2015, Citi Indonesia memberikan paparan pencapaian tahun 2015 serta proyeksi ekonomi dan fokus strategi bisnis Citi di tahun 2016 dalam acara ‘Citi Media Appreciation Night 2015’.

Berbicara pada acara Citi Media Appreciation Night 2015, **Batara Sianturi, Chief Executive Officer Citi Indonesia** mengungkapkan, "Di tengah perekonomian Indonesia yang menantang tahun ini, Citi Indonesia tetap optimis dengan kinerja tahun ini dan peluang pertumbuhan di tahun 2016."

Lanjutnya, "Saat ini tengah terjadi 3 tren di dunia, yaitu globalisasi, urbanisasi dan digitalisasi. Ketiga hal ini akan mengubah pola pikir masyarakat serta landasan baru bisnis. Citi melihat ketiga tren ini berkembang pesat dan tanpa disadari sedang membentuk ulang perekonomian dunia, Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Ketiga tren besar dunia ini membentuk strategi bisnis Citi dengan fokus layanan inovasi dan solusi *digital banking* yang menjawab kebutuhan nasabah saat ini dan di masa depan."

Dalam acara yang sama, **Helmi Arman**, Ekonom Citi Indonesia juga memberikan pandangannya terhadap kondisi ekonomi saat ini dan proyeksi di 2016. "Di tahun 2015, reformasi struktural sebenarnya telah dimulai namun terhambat oleh berbagai faktor eksternal. Kedepannya, ekspor belum bisa dikatakan stabil dan kebutuhan pembiayaan luar negeri yang tinggi bisa mempengaruhi pergerakan nilai tukar rupiah. Namun ada harapan baru seiring dengan meningkatnya belanja pemerintah dan pelaksanaan proyek-proyek infrastruktur. Kami melihat prospek pertumbuhan yang lebih baik pada sektor-sektor tersebut."



Citi for Cities

Dalam paparannya, Batara lebih lanjut menjelaskan ketiga tren globalisasi, urbanisasi dan digitalisasi. “Dengan globalisasi, dunia semakin saling terhubung dibanding tahun-tahun sebelumnya. Sementara tren urbanisasi membuktikan bahwa kota-kota di berbagai belahan dunia tumbuh pesat dan sebagai kunci penggerak perekonomian dunia.”

Pada tahun 1990, 43% penduduk dunia tinggal di kota. Saat ini, meningkat menjadi 50% penduduk dunia telah tinggal di kota. Angka tersebut akan tumbuh menjadi 70% di tahun 2050. Kota-kota besar akan menghasilkan sebagian dari global GDP. 100 kota terbaik dunia akan menyumbang 36% dari pertumbuhan GDP global di tahun 2025. Berbicara mengenai Digitization, Batara percaya bahwa *mobile technologies* dan digital akan mempengaruhi setiap aspek kehidupan dan bisnis saat ini dan di masa depan.

Citi for Cities. Citi hadir di kota-kota besar Indonesia. Kota-kota ini, bersama dengan kota-kota besar di seluruh dunia saat ini sedang berada di tengah transformasi, dimana lebih dari 100 juta penduduk dunia pindah ke kota setiap tahunnya. Tentu pertumbuhan pesat ini menimbulkan berbagai tantangan, antara lain kebutuhan besar akan infrastruktur, transportasi, dan sumber daya seperti energi dan air. “Diperkirakan akan dibutuhkan alokasi \$40triliun investasi untuk *urban infrastructure* secara global dalam 20 tahun mendatang,” papar Batara.

Citi dan Financial Technology (FinTech)

Terkait FinTech, Batara memaparkan bahwa bagi Citi, FinTech telah hadir sebagai pemain baru yang mengubah bagaimana individu dan bisnis melakukan aktivitas perbankan mereka. “Di Asia Pacific, investasi di FinTech telah meroket di tahun 2015 dari sekitar \$880juta di 2014 menjadi \$3,5miliar di 9 bulan pertama 2015, dengan investasi terbesar adalah pada payment (40%) dan lending (25%).”

“Kami melihat FinTech sebagai sesuatu yang *disruptive*, namun di saat yang bersamaan memberikan kesempatan besar untuk bermitra dengan para innovator,” ungkap Batara.

Citi: The Bank of the Future

Citi memiliki posisi yang unik untuk dapat memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah korporat dan retail. “Posisi kami sangat kuat di digital banking, yang berfokus pada 3 pilar, yaitu *Customer Centric, Globally Common, dan Digitally Connected*,” jelas Batara.

Data dari Citi menunjukkan bahwa di berbagai belahan dunia, hampir 5 miliar penduduk menggunakan ponsel. Artinya, angka ini 2,5x lebih besar dari jumlah rekening di dunia. Di ASEAN, termasuk Indonesia, konsumen mulai memindahkan aktifitasnya secara *online*, dengan *mobile penetration* 110% dan *internet penetration* 25%. “Statistik ini mengukuhkan komitmen dan *expertise* kami di digital banking. Bagi kami, *mobile banking* merupakan bagian yang sangat penting bagi masa depan digital,” ungkapnya.

“Dengan fakta yang menunjukkan bahwa di Asia, 95% transaksi nasabah Citi dilakukan di luar kantor cabang, lebih dari 50% customers Citi secara aktif menggunakan *channel digital banking*, lebih dari 50% nasabah Citi



saat ini menggunakan e-statements, dan 14% credit cards didapatkan secara digital, maka semangat kami adalah: **Citi will be The Bank of the Future,**“ tegas Batara.

Citi mengedepankan inovasi dalam memberikan solusi perbankan terkini di ranah digital. Baru-baru ini Citi mendirikan Digital Innovation Lab di Singapura yang khusus untuk menjelajahi kemungkinan-kemungkinan solusi perbankan digital yang lebih aman, efisien dan cepat. “Di Indonesia sendiri, Citi mulai beralih ke *smart banking services* dimana pada tahun ini kami berhasil membuka 4 smart branches dan 6 smart ATMs di Jakarta.” Jelas Batara, “Atas peningkatan layanan di sektor digital, kami berhasil meraih penghargaan sebagai Best Consumer Digital Bank dari Majalah Global Finance dan Best Bank in Digital Service dari Majalah Tempo.”

Lini usaha retail banking Citi Indonesia pun telah mengalami pertumbuhan yang cukup memuaskan. Dengan mengedepankan layanan *wealth management*, nasabah Citigold mengalami peningkatan hingga 15% dibandingkan tahun sebelumnya. Layanan inipun berhasil menyabet gelar Best Wealth Management Bank in Indonesia dari Majalah *Asian Banker*.

Di sisi perbankan korporat, baru-baru ini Citi dipercaya untuk menjadi *leading bookrunner* untuk penerbitan Obligasi Pemerintah Indonesia dalam USD senilai US\$4 triliun, yang merupakan terbesar hingga saat ini. Kedepannya kami akan terus mengembangkan dan memperkuat berbagai solusi inovatif dan terintegrasi.

Melalui jaringan global yang kami miliki, Citi dapat memberikan solusi finansial secara menyeluruh kepada nasabah termasuk dalam memberikan akses pada pasar modal di dalam dan luar negeri, memberikan akses/koneksi kepada ahli *investment banking* Citi Indonesia, serta berbagai jasa dan produk keuangan lainnya yang terintegrasi dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing nasabah, bagi korporat maupun ritel.

Selain berbagai kegiatan korporasi yang telah kami lakukan, Citi juga mengedepankan aspek sosial, dimana sebagai warga korporat yang bertanggung jawab, Citi Indonesia memiliki komitmen untuk berkontribusi pada komunitas sekitar. Melalui payung Citi Peka (singkatan dari Peduli dan Bersama), Citi Indonesia bekerjasama dengan lembaga-lembaga non-profit terkemuka seperti Indonesia Mengajar, Mercy Corps, Yayasan Cinta Anak Bangsa, dan Universitas Indonesia, untuk meningkatkan inklusi keuangan, memperbaiki akses pendidikan, memperdayakan perempuan dan wirausaha muda dan lain-lain. “Hal ini sejalan dengan program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mencerdaskan masyarakat Indonesia melalui program pendidikan literasi keuangan,” tutupnya.

Acara **Citi Indonesia Media Appreciation Night 2015** diadakan sebagai ungkapan terima kasih kepada rekan-rekan media di Indonesia atas dukungan dan kerjasama yang telah diberikan sejak awal Citi didirikan di Indonesia hingga saat ini. Citi telah hadir di tanah air sejak tahun 1968 dan telah menjadi salah satu bank asing terpercaya di Indonesia.

Sepanjang tahun 2015, Citi telah diakui secara nasional dan internasional dengan serangkaian penghargaan seperti **Best Bank** dari *The Asset*, **Best Foreign Bank** dari *Alpha Southeast Asia*, **Best Transaction Bank for Indonesia** dari *The Asset*, **Best Global Bank** dari Euromoney, **Best Consumer Digital Banking for Indonesia** dari Global Finance, **Best Wealth Management Bank in Indonesia** dari *The Asian Banker* dan **Best Bank in Digital Services** dari Tempo Media.

###



Tentang Citi Indonesia

Citi Indonesia merupakan cabang yang 100% dimiliki oleh Citigroup, inc – New York, USA. Di Indonesia Citi telah berdiri sejak tahun 1968 dan telah menjadi salah satu bank asing terbesar di dalam negeri. Citi beroperasi di 20 kantor cabang di enam kota besar – Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, dan Denpasar. Citi memiliki salah satu jaringan pembayaran nasabah terbesar di dalam negeri dengan lebih dari 33.000 lokasi pembayaran dan salah satu jaringan distribusi korporasi terbesar di dalam negeri dengan 4.800 lokasi yang tersebar pada 34 provinsi.

Citi juga berperan penting pada kegiatan sosial dan berinisiatif menjangkau masyarakat dibawah nama Citi Peka (**P**edulih **D**an **B**erkarya). Pada 2015, Citi Peka mengucurkan total dana hibah sebesar USD900.000 dari Citi Foundation untuk menjalankan berbagai program yang berfokus pada: pendidikan keuangan untuk anak-anak, perempuan berusia matang dan kelompok tani; wirausaha pemuda dan wirausaha mikro. Lebih dari 1.500 karyawan setiap tahun ikut serta sebagai relawan dalam program Citi Peka.

Di tahun 2014-2015 Citi telah menerima berbagai penghargaan termasuk Best Bank dari The Asset “Best Foreign Bank in Indonesia” dari Global Banking & Finance Review, “Best Tax Payment Bank in Indonesia” dari KPPN VII Kantor Pajak Indonesia, “Best Service Provider - Transaction Bank” dari Aset Magazine, “Best Foreign Bank in Indonesia” dari Alpha Southeast Asia, “Best Wealth Management in Indonesia” dari The Asian Banker, “Best Consumer Digital Bank (Indonesia)” dari Majalah Global Finance dan “Best Bank in Digital Services” dari Tempo Media.

Untuk pengalaman perbankan digital, kunjungi : www.citibank.co.id

Untuk informasi media, silahkan hubungi:

Elvera N. Makki

SVP, Head of Country Corporate Affairs

Citi Indonesia

+62 21 529 08327

elvera.makki@citi.com